

## **Weiterführende Innovationsberatung Wolle**

### **Sozialgenossenschaft Lebenswertes Ulten – St. Walburg**

#### **Zusammenfassender Bericht**

EFRE Projekt FH\_TechNet - CUP: D33D16001320005 - WP 4 Wolle - Beratungen Wollunternehmen - Erhöhung der Wertschöpfung



AUTONOME  
PROVINZ  
BOZEN  
SÜDTIROL



PROVINCIA  
AUTONOMA  
DI BOLZANO  
ALTO ADIGE

## INDEX

1. Status quo	3
2. SWOT - Analyse	4
3. Zielsetzung	5
4. Massnahmen	5

## **1. Status quo**

Lebenswertes Ulten, bekannt unter dem Markennamen „Bergauf“ ist ein im Ultnertal tätiges wollverarbeitendes Unternehmen, geführt von Wolfgang Raffener, welches in Form einer Sozialgenossenschaft organisiert ist.

In der betriebsinternen Produktion werden jährlich ca. vier Tonnen einheimische Bergschafwolle verarbeitet. Mit Ausnahme der Waschung, welche im Ötztal durchgeführt wird, finden sämtliche Prozessschritte auf geschichtsträchtigen Maschinen in Ulten statt. Es wird sehr hoher Wert darauf gelegt, dass keine schädlichen Chemikalien eingesetzt werden und dadurch auch ein Restlanolingehalt in der Wolle erhalten bleibt.

Know-How - Träger ist der Nadelfilz, welcher durch Vernadeln des kardierten Wollfließes hergestellt wird. Dieser wird, verarbeitet zu verschiedenen Halbfertig- und Fertigprodukten, im eigenen Geschäft vor Ort, Online und über verschiedene Händler vertrieben.

Die Auswahl an Fertigprodukten ist umfangreich und umfasst im Wesentlichen:

- Kleidungsstücke (Mantel, Jacken)
- Hausschuhe
- Bettdecken und anderes Schlafzubehör
- Kissen
- Einrichtungsaccessoires
- Hüte

Als Alleinstellungsmerkmal sticht der zweifarbige (Vorder- und Rückseite verschieden) Filz und der „gemaserte“ Filz hervor, der so in den meisten Produkten wiederzufinden ist.

Vertriebsseitig wird momentan die Onlinepräsenz mit Shop aktualisiert. Das eigene Geschäft ist großzügig und gut eingerichtet, ist allerdings nicht sehr sichtbar von der Straße und die dunkeln Schaufensterscheiben lassen das Geschäft geschlossen wirken.

## 2. SWOT-Analyse (Stärken/Schwächen/Chancen/Risiken)

### STÄRKEN

- Ein Rohstoff
- Know How verankert
- Geographisch authentische Lage
- Großes Geschäft in guter Lage
- Geschäft teilweise sehr gut eingerichtet mit themenspezifischen Verkaufsbereichen
- Originelle Marke
- Markenpräsenz auf Produkten

### SCHWÄCHEN

- Nicht ausreichende Sichtbarkeit des Standorts
- Unklar, ob geöffnet oder nicht
- Wertekommunikation im Geschäft nicht ausreichend
- Einige Bereiche im Geschäft sind umzustrukturieren

Rot markiert=dringender Handlungsbedarf

### CHANCEN

- Trendentwicklung hin zu authentischen, ehrlichen und qualitativ hochwertigen Produkten
- Gemeinwohlökonomie
- Rückbesinnung zur Tradition
- Authentische Produktpositionierung

- Ausbau der Alleinstellungsmerkmale auch in der Kommunikation

#### RISIKEN

- Großes, unter Umständen schwieriges Produktportfolio könnte Verwirrung schaffen

### **3. Ableitungen/Zielsetzung**

Hauptziel ist die Umsatzsicherung für den Fortbestand der Genossenschaft. Sowohl der Onlinehandel als auch der Verkauf über Händler soll ausgebaut werden.

### **4. Massnahmen (kurzfristige Umsetzung)**

Aktionsbedarf wird festgestellt in den Bereichen: Markenwerte, Standortsichtbarkeit.

- **Markenseitig**

- Die positiven Aspekte der Wolle können stärker kommuniziert werden.
  - Sowohl Online als auch vor Ort.
- „Land of Pamper“ sollte in Größe und Position dem „Bergauf“ auf jeden Fall untergeordnet sein und gegebenenfalls weggelassen werden, beziehungsweise eventuell als Slogan geführt werden. Hier wird empfohlen, die Bedeutung der Bezeichnung „Pamper“ im englischen Sprachgebrauch zu verifizieren, um eventuelle Zweideutigkeiten zu vermeiden.

- **Standortsichtbarkeit**

- Geschäft sichtbarer machen
  - Fahnen vor dem Geschäft sind nur sehr schlecht erkennbar und sind z.B. durch eine Tafel zu ersetzen.
  - Die beiden „Bergauf“ Schriftzüge am Gebäude sind nach Möglichkeit den Fahrtrichtungen zuzuwenden.

- Um aufzuzeigen, dass das Geschäft offen ist, kann ein entsprechender Hinweis in Form eines Schildes und/oder entsprechende Beleuchtung benutzt werden.

Empfehlung an das Unternehmen:

- Umsetzung zeitnah wo dringend Handlungsbedarf (Sichtbarkeit)
- Planung der Umsetzungsschritte im kurzfristigen Zeitraum

Bericht Version 28. Juni 2021

Verfasser: Benno Zingerle